

Bogotá D.C., 26 de febrero de 2025

ANEXO 1

CONVOCATORIA ABIERTA PARA SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE UN PROVEEDOR PARA EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA BTL Y LA REALIZACIÓN DE ACTIVACIONES DE MARCA DE LA ESCUELA DE LA PAPA, LAS CUALES COMUNIQUEN LA VERSATILIDAD Y BONDADES DE LA PAPA COLOMBIANA, INCENTIVANDO SU CONSUMO.

Se presenta a disposición de los oferentes esta información relevante como insumo para la presentación de la propuesta:

- En Colombia la **papa** ocupa el segundo lugar en importancia como producto alimenticio con **2,6 millones** de toneladas, después del arroz con **3,3 millones** de toneladas.
- Toda las ciudades tienen una penetración superior a 96%, donde Bogotá, Bucaramanga y Manizales son las únicas ciudades que aumentan penetración vs Q3, donde Bogotá es la única que llega a máximos del año en Q4.
- Tasa de compra por ciudad, La mayoría de ciudades pierden niveles de tasa en Q4 vs Q3, Barranquilla e Ibagué son las ciudades que crecen y llegan a máximos del año durante Q4, Bogotá y Cartagena son otras ciudades que crecen también.
- Intensidad de compra por ciudad, Cali y Pereira son las únicas ciudades que pierden intensidad en el Q4, esta última llegando a mínimos del año, Barranquilla, Bucaramanga y Manizales llegan máximos de intensidad en el Q4



fedepapa®

FEDERACIÓN COLOMBIANA
DE PRODUCTORES DE PAPA

